synthèse NATIONALE

Supplément au n°2 (Hiver 2007)
www.synthesenationale.com

Sondages : information ou désinformation ?

par Robert Spieler (*)

La *sondomanie* est aujourd'hui un puissant outil de manipulation du peuple. On ne compte plus les prévisions totalement contredites par la réalité des urnes. Rappelons un exemple parmi tant d'autres :

Le samedi 22 avril 1995, la veille de l'élection présidentielle, Jean-Marie Lech, gourou d' IPSOS, s'avance, gonflé d'importance, devant le Tout-Paris pour délivrer l'oracle. Ce sera un duel Chirac-Balladur ! Le lendemain, les électeurs plaçaient Jospin en tête et Chirac en deuxième position… « *Ce sera un des plus retentissants échecs et l'une des plus belles illustrations de la nocivité de la république des sondages* », notent les auteurs du livre *Les moutons de panel : contre les sondages*[1]. Cela ne servit nullement de leçon, car comme le disait Churchill : « *Les experts sont des gens qui non seulement se trompent mais vous expliquent scientifiquement pourquoi ils se sont trompés* ».

Chacun connaît la suffisance arrogante des directeurs d'instituts de sondage qui présentent leurs prédictions avec la certitude grave de ceux qui ont le savoir. Madame Soleil plus la science des statistiques. Les mêmes trouveront les mots tout aussi prétentieux pour expliquer, au lendemain de l'élection qui a infirmé leurs chiffres, que le sondage n'était qu'une photo instantanée, que l'opinion s'est inversée dans les dernières heures, etc…

---

[1] *Les moutons de panel : contre les sondages*. Francis Szpiner et Bruno Seznec, Tribune libre Plon, 1999.

Le problème est que ces pseudo prédictions ont pu influencer en dernière minute le choix de certains électeurs, faussant éventuellement le résultat final.

Les sondages sont aujourd'hui un élément d'information, mais aussi de désinformation. Un livre[2] de Roland Cayrol, directeur de l'institut CSA, nous en donne les clés. Pourquoi les sondages donnent-ils parfois des résultats étonnament exacts et parfois totalement erronés ? Manipulation ? Souvent. Tricherie ? Parfois. Mais pas toujours…

Pour comprendre, il faut se pencher sur la théorie des probabilités qui est le fondement des sondages d'opinion.

Quelques informations quant à la théorie des probabilités.

Si l'on tire cent boules d'un sac comportant le même nombre de boules rouges que de noires et ceci quel qu'en soit leur nombre, il y a 95 % de chances (attention ! pas 100 % !) pour que le nombre de boules rouges tirées au hasard soit compris entre 45 et 55. Sachant que le nombre de boules rouges est bien sûr de 50 %, nous aurons ainsi approché le vrai résultat avec une marge d'erreur de 10% (45 à 55 %). Et il reste encore 5 % de chances pour que le résultat du tirage soit extérieur à cette fourchette…

Plus l'on tire de boules du sac (10.000 par exemple), plus la marge d'erreur diminue (1 % dans ce cas). En d'autres termes, plus l'échantillon tiré au hasard est important, meilleurs sont les résultats et plus faible est la marge d'erreur.

Mais pour que ces résultats soient pertinents, il faut que les échantillons soient constitués rigoureusement au hasard, ce qui n'est pas une mince affaire pour les sondeurs quand il s'agit d'interroger par exemple des électeurs.

Autre règle statistique très importante et qui paraît à priori étonnante : la marge d'erreur ne dépend absolument pas de la proportion de sondés et de la population totale. Elle ne dépend que de la taille de l'échantillon. Ainsi, il est absolument faux et malhonnête de faire croire qu'un échantillon de 400 sondés dans une commune de 10.000 habitants donne des résultats au moins si ce n'est plus précis qu'un échantillon de 1.000 personnes pour la France entière ou pour l'Europe. La précision et la marge d'erreur du sondage avec un échantillon donné (1.000 personnes interrogées par exemple) sont rigoureusement identiques pour une population de 10.000 ou de 200 millions de personnes. Etonnant ? Certes, mais mathématique !

Quelles méthodes de sondages ? Quelle fiabilité ? Quelle marge d'erreur ?

Il existe en fait deux grandes techniques visant à constituer les échantillons de personnes qui seront interrogées : la méthode aléatoire ou probabiliste et la méthode des quotas.

La méthode aléatoire

[2] *Sondages Mode d'Emploi*, Presses de Sciences-Po, 2000.

La méthode aléatoire est la plus ancienne. Elle est fondée sur le hasard le plus strict. Ce qui est facile lorsqu'on interroge des salariés d'une entreprise ou des abonnés d'un journal, mais n'est pas évident quand il s'agit d'interroger au hasard absolu des électeurs potentiels. Comment les « choisir » ? On comprend bien qu'interroger une personne sur cinquante Place Victor Hugo à Paris ne permettra guère de croiser des agriculteurs ou des chômeurs.

Les enquêtes aléatoires sont cependant les seules qui permettent de calculer rigoureusement les marges d'erreur. C'est ainsi que l'on sait que si 1.000 personnes sont interrogées pour l'élection présidentielle et que Philippe de Villiers est crédité de 5 % des voix, ce résultat se situe en réalité (avec une certitude de 95 %) entre 3,6 % et 6,4 %.

La marge d'erreur augmente avec le résultat du sondage. Si Ségolène Royal est créditée de 30 % et Nicolas Sarkozy de 29 %, cela signifie en réalité que Ségolène Royal est entre 27,1 % et 32,9 % et Nicolas Sarkozy entre 26,1 % et 31,9 %.

Il est donc totalement trompeur d'asséner une prévision 30 % /29 %, alors que ce résultat peut être statistiquement totalement inversé.
On touche là du doigt les limites des sondages. Présenter un sondage de deuxième tour de la présidentielle donnant 51/49 est ainsi absurde, car la marge d'erreur dépasse largement cette différence virtuelle.

La méthode des quotas

Le principe en est simple : il s'agit de reproduire en miniature, dans l'échantillon interrogé, la population à étudier (profession, âge, sexe, formation, zone géographique, etc…). On imagine cependant la difficulté qu'auront les enquêteurs à pratiquer la sélection et aussi la tentation du « *bidonnage* ». Pour contrer ces risques, les instituts les plus sérieux font appel à des contrôleurs qui vont vérifier un contact sur six. Cette méthode des quotas est cependant moins coûteuse que la méthode aléatoire, et de ce fait généralisée en France.

Il est difficile de dire laquelle des méthodes est la plus fiable, d'autant qu'il n'est pas possible de calculer la marge d'erreur d'un sondage par quotas, même si les sondeurs considèrent qu'elle est sans doute identique à celle d'un sondage aléatoire.

Comment truquer les sondages (volontairement ou non) ?

Un intéressant exemple, non pas de trucage volontaire, mais d'erreur dans la formulation d'une question, vient de nous être livré par l'hebdomadaire *Valeurs Actuelles* (du 1er décembre 2006) qui a réalisé un sondage sur « *les attentes de l'électorat de droite en 2007* ». A la question « *Etes-vous favorable à la mise en place de quotas réservés pour des personnes étrangères dans l'administration ?* », 39 % des lepénistes et 48 % des villiéristes répondent oui. Ce qui est pour le moins étrange. Le directeur de l'IFOP, auteur de ce sondage, commente, un peu penaud, cette bizarrerie : « *il faut savoir ce qu'ils entendent par quotas. S'agit-il de limiter le nombre des étrangers ou au contraire de favoriser leur promotion ?* » Tout est dit de la difficulté de rédiger les questions dans une formulation qui soit comprise aussi bien

par le manœuvre de Saint-Denis que par le cadre supérieur du 16e arrondissement. Et de la tentation d'orienter les réponses…

Pour mesurer l'image de compétence de Jacques Chirac, deux questions peuvent être posées : « *Jacques Chirac est un Président compétent, oui ou non ?* » ou « *Direz-vous de Jacques Chirac qu'il est plutôt un président compétent ou pas compétent ?* ». Peu de différences dans la formulation des questions : problème, la première qui ne propose pas d'alternative recevra davantage de réponses positives.
Il est bien entendu évident que ceux qui paient les sondeurs auront une vive tentation d'orienter les questions dans un sens qui leur sera favorable.

La grande manipulation : « redresser » les résultats des sondages

Une des grandes difficultés quant à la fiabilité des sondages électoraux réside dans l'ampleur ou l'inexistence des « *redressements* ». Le problème est que les électeurs qui se situent aux « *extrêmes* », FN et PC par exemple, n'osent pas avouer leur choix aux enquêteurs. Pire, ces sondés, honteux ou prudents, se rabattent souvent sur un choix, certes faux, mais plus « respectable », UMP ou PS par exemple. Résultat : le FN et le PC sont donc systématiquement et largement sous-évalués en réponses brutes, et l'UMP et le PS surévalués.
La moitié des enquêtés du FN « *mentent* » ! Les instituts de sondages le savent et cherchent à corriger ces données fausses en comparant le choix des sondés à celui de l'élection précédente dont on connaît le résultat (ce que les sondeurs appellent « *reconstruction du vote passé* »).

La tentation de manipulation devient forte : multiplier le résultat brut par 1,5 ; 2 ; 2,3 ? Réduire celui du PS et de l'UMP de 5 ; 10 ; 15 % ?
La tentation est évidemment très forte pour les instituts de sondage de complaire à celui qui a commandé le sondage.
Bref, même si tous les sondeurs ne sont pas malhonnêtes, beaucoup de sondages le sont : volontairement ou involontairement…
Ils ont souvent la fiabilité des prédictions à double sens de la Pythie de Delphes, des haruspices qui lisaient l'avenir dans les entrailles des animaux sacrifiés, ou des diseuses de bonne aventure soucieuses de précéder les attentes de leurs clients.
Nous touchons là au fonctionnement de cette démocratie. Des sondages souvent manipulés concernant des modes de scrutins qui le sont tout autant…
Mais n'est ce pas un des signes que cette démocratie n'est qu'une pseudo-démocratie qui trompe les peuples qu'elle veut perdre ?

(*) Robert Spieler est ancien député du Bas-Rhin et Président de Strasbourg d'Abord (www.robert-spieler.net).